

Agil

by 1 1

Submission date: 28-Jun-2024 12:57PM (UTC+0530)

Submission ID: 2406615362

File name: revisi_Agil_-_jurnal.docx (91.48K)

Word count: 2798

Character count: 17061

Pengaruh Fasilitas dan Lokasi Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Coffee Shop Pada “Tell Kopi Kediri”

Agil Reczy Tegar Permada*
Universitas Islam Kediri

Sonny Subroto Maheri L
Universitas Islam Kediri

Taufik Akbar
Universitas Islam Kediri

Alamat: Jl. Sersan Suharmaji No. 38, Manisrenggo, Kec. Kota, Kota Kediri, Jawa Timur 64128

*Korespondensi penulis: agilreczy03@gmail.com

Abstract. *The aim of this research is to explain the partial influence of facility and location variables on the level of consumer satisfaction. The population in this study were all TELL KOPI Kediri café consumer. The sampling technique uses the Nonprobability Sampling method using purposive sampling. The results of the research show that the facility and location variables have a partial effect on consumer satisfaction, this can be seen from the facility variable (X1) with a sig value of $0.000 < 0.05$ and the calculated t value (7.940) > t table value (1.661), and the variable location (X2) with a sig value of $0.000 < 0.05$ and the calculated t value (2.643) > t table value (1.661). Simultaneously the facility (X1) and location (X2) variables can be seen with a sig value of $0.000 < 0.05$ and the calculated F value (32.022) > F-table (3.090)*

Keywords: *facilities, location, and level of consumer satisfaction*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan pengaruh variabel fasilitas dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap tingkat kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen café TELL KOPI Kediri. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dengan menggunakan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas dan lokasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, hal tersebut dapat diketahui dari variabel fasilitas (X1) dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung (7,940) > nilai t tabel (1,661), dan variabel lokasi (X2) dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung (2,643) > nilai t tabel (1,661). Secara simultan variabel fasilitas (X1) dan lokasi (X2) dapat diketahui nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung (32,022) > F-tabel (3,090)

Kata Kunci: Fasilitas, Lokasi, dan Tingkat Kepuasan konsumen

PENDAHULUAN

Industri kopi telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir. Coffee shop atau kedai kopi menjadi tempat yang sangat populer untuk berkumpul, bekerja, bersosialisasi, atau hanya menikmati secangkir kopi untuk bersantai. Pada saat yang sama, persaingan di dalam industri kopi juga semakin ketat. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di coffee shop menjadi sangat penting. Maka dari itu mereka pelaku usaha perlu menyusun suatu strategi pemasaran yang tepat, sebuah bisnis juga perlu mengetahui siapa saja target market yang akan mereka tuju, mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka mengenai produk ataupun jasa, dan yang paling penting adalah harus cermat dalam melihat peluang pasar.

Persaingan bisnis perkopian saat ini menjadi dinamis atau tidak menentu sehingga bisa memicu para pelaku bisnis kopi di kota Kediri untuk dapat berpikir dengan kreatif juga inovatif untuk memberikan diferensi seperti kualitas pelayanan fasilitas dan lokasi serta aspek individu dari konsumen. Café yang didukung dengan fasilitas yang cukup baik juga dapat memicu kepuasan pada konsumen, apabila konsumen merasa puas maka dapat membuat persepsi konsumen untuk menjadi pelanggan tetap di suatu café.

Ada salah satu café di kota Kediri yang masih bertahan dan bersaing dalam bisnis café yang semakin banyak di kota Kediri yaitu Tell Kopi yang bertempat di jalan Mauni, Bangsal, Kec. Pesantren, Kab.Kediri. Café yang sudah buka sejak 2019 ini tidak memerlukan waktu yang lama untuk mimikati hati para pencinta kopi di kota Kediri maupun yang dari luar kota. Pemilik café yang bermula memanfaatkan bangunan dari perhutani yang tidak terpakai ini dan sekarang merubahnya menjadi bangunan yang terlihat kekinian namun dengan berbalut pesona alam. Namun lokasi Tell Kopi ini masih terbilang jauh dari pusat keramaian kota. Sedangkan pada Kota Kediri sendiri, terdapat Coffee shop dengan keunggulan produknya masing-masing yang saling bersaing untuk meraih konsumen. Jumlah bisnis Coffee shop di daerah Kota Kediri juga terus bertambah seiring dengan perkembangan waktu sehingga membuat persaingan menjadi semakin ketat.

Dalam suatu bisnis kuliner tidak hanya tentang mutu fasilitas dan pelayanan, namun lokasi juga dapat menjadi aspek yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen. Ukuran lokasi adalah beberapa metrik yang harus dipertimbangkan oleh pemilik usaha seperti: adanya area parkir, area yang luas dan tempat strategis hingga gampang diakses.

2
Menurut Kotler (2003:138), kepuasan konsumen ialah rasa kecewa ataupun senang yang diperoleh melalui perbandingan kinerja akan rasa suatu produk terhadap keinginan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan sebuah penilaian terhadap suatu barang atau jasa yang dilakukan konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang sesuai dengan yang diharapkannya. Konsumen yang merasa puas dengan produk atau jasa yang telah diberikan akan melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan tetap.

Berdasarkan research gap pada latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepercayaan Individu, Pengawasan, dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada CV. GTT Pusat Oleh-Oleh Kediri”

KAJIAN TEORITIS

Fasilitas

Fasilitas menurut Suryosubroto, (2010:22), adalah segala sesuatu yang dapat mempermudah dan memperlancar pelaksanaan suatu usaha dapat berupa benda-benda maupun uang. Fasilitas merupakan suatu yang harus dirawat dan diperhatikan dengan baik untuk dimanfaatkan dengan maksimal dalam jangka waktu yang panjang. Para konsumen dapat memanfaatkan fasilitas umum yang disediakan oleh perusahaan. Fasilitas yang kurang memadai dapat memicu berkurangnya rasa kepuasan konsumen.

5
Menurut Tjiptono (2014:317) fasilitas merupakan sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa ditawarkan kepada konsumen. Fasilitas merupakan sesuatu yang penting dalam usaha jasa, oleh karena itu fasilitas yang ada yaitu kondisi fasilitas, desain interior dan eksterior serta kebersihan harus dipertimbangkan terutama yang berkaitan erat dengan apa yang dirasakan konsumen secara langsung.

Adapun indicator fasilitas menurut Tjiptono (2016:184):

1. Keadaan ruangan
2. Kelengkapan
3. Desain yang rapi
4. Kebersihan fasilitas

Lokasi

Lokasi adalah letak atau toko pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba (Basu & dan Irawan,2003:339). Lokasi adalah tempat atau berdirinya perusahaan atau tempat usaha (Peter dan Olson, 2014:268). Secara garis besar, ada dua kemungkinan pertimbangan dalam hal lokasi fasilitas jasa (Tjiptono, 2011:190)

Adapun indicator lokasi menurut (Tjiptono, 2008:147):

1. Keamanan disekitar lokasi
2. Arus lalu lintas lancar
3. Kondisi lingkungan nyaman

Kepuasan Konsumen

Menurut Umar dalam Wandy Zulkarnaen, (2018:109) mengatakan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Menurut Irawan (2007:20) “Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini biasa lebih kurang atau lebih”. Menurut Tjiptono (2014:98) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

Adapun indikator kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2014:101):

1. Seperti yang diharapkan
2. Minat berkunjung kembali
3. Keberanian untuk merekomendasikan

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Angket atau Kuesioner

Teknik Analisa Data

Teknik Analisa data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f) dan koefisien determinasi (R^2) dengan menggunakan program SPSS 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3 Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas Variabel Fasilitas (X₁)

Variabel Fasilitas (X ₁)				
Item	R Hitung	R Tabel	Sig	Keputusan
X1.1	0,647	0,1966	0,000	Valid
X1.2	0,751	0,1966	0,000	Valid
X1.3	0,711	0,1966	0,000	Valid
X1.4	0,737	0,1966	0,000	Valid
X1.5	0,721	0,1966	0,000	Valid
X1.6	0,660	0,1966	0,000	Valid
X1.7	0,765	0,1966	0,000	Valid
X1.8	0,679	0,1966	0,000	Valid

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Lokasi (X₂)

Variabel Lokasi (X ₂)				
X2.1	0,596	0,1966	0,000	Valid
X2.2	0,518	0,1966	0,000	Valid
X2.3	0,724	0,1966	0,000	Valid
X2.4	0,660	0,1966	0,000	Valid
X2.5	0,746	0,1966	0,000	Valid
X2.6	0,638	0,1966	0,000	Valid

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)				
4 Y1	0,655	0,1966	0,000	Valid
Y2	0,703	0,1966	0,000	Valid

Y3	0,662	0,1966	0,000	Valid
Y4	0,709	0,1966	0,000	Valid
Y5	0,651	0,1966	0,000	Valid
Y6	0,561	0,1966	0,000	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan untuk variabel kinerja karyawan dapat dikatakan valid karena nilai probabilitas korelasi sig.(2-tailed) < 0,05

Uji Reliabilitas

Tabel 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Hitung Cronbach's Alpha	Standar Alpha	Pernyataan
Fasilitas (X1)	0,774	0,60	Reliabel
Lokasi (X2)	0,760	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,762	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil data diatas diperoleh variabel fasilitas lebih besar dari 0,60 dengan nilai Cronbach's alpha 0,774 yang dapat menunjukkan bahwa item pada variabel fasilitas reliabel. Variabel lokasi dengan nilai cronbach's alpha 0,760 lebih besar dari 0,6 yang menunjukkan bahwa item pada variabel lokasi tersebut reliabel. Untuk yang terakhir pada variabel kepuasan konsumen mendapat hasil nilai cronbach's alpha sebesar 0,762 > dari 0,60 yang dapat menunjukkan item pada variabel kepuasan konsumen tersebut reliabel. Maka dari data diatas dapat disimpulkan bahwa item pada keseluruhan variabel dari penelitian ini dikatakan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5 Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
Normal Parameters	Mean	0,000
	Std. Deviation	1,744
Test Statistic		0,075

Asymp. Sig. (2-tailed)	0,179
------------------------	-------

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai sig. sebesar 0,179 yang dimana > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal

Uji Multikolinearitas

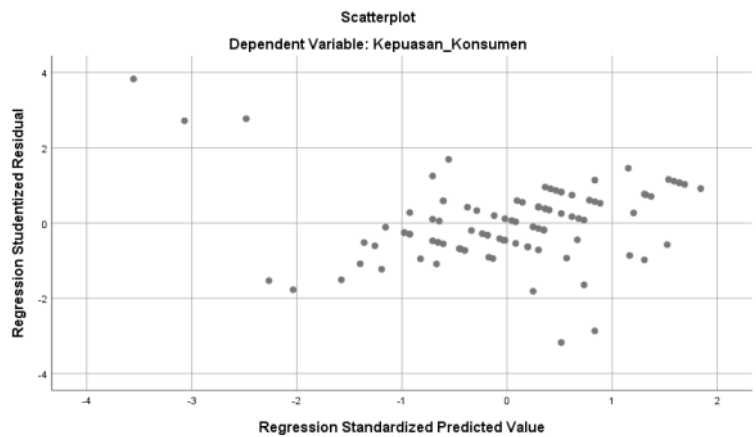
Tabel 6 Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
		Tolerance	VIF	
1	Fasililtas (X1)	0,915	1,093	Tidak terjadi multikolinearitas
2	Lokasi (X2)	0,915	1,093	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan tabel diatas maka dapat diketahui bahwa Variabel Fasilitas (X1) memiliki nilai tolerance sebesar 0,915 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,093 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X1) terbebas dari multikolinearitas. Variabel Lokasi (X2) memiliki nilai tolerance sebesar 0,915 > 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,093 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X2) terbebas dari multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Gambar 1 Uji Heterokedastisitas



Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tersebar dengan baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut menunjukkan

bahwa dalam model regresi tidak terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	11,081	2,134	
Fasilitas (X1)	0,380	0,052	0,602
Lokasi (X2)	0,072	0,072	0,082

Berdasarkan tabel 4.12, maka didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 11,081 + 0,380 X1 + 0,072 X2$$

1. Berdasarkan persamaan regresi diatas, maka dapat dilakukan interpretasi konstanta sebesar 11,081 yang artinya saat keadaan variabel Kepuasan Konsumen (Y) belum dipengaruhi oleh variabel lain yaitu Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2). Jika variabel tersebut bernilai 0 maka nilai Kepuasan Konsumen (Y) akan sebesar 11,081
2. Nilai koefisien regresi variabel Fasilitas (X1) sebesar 0,380 yang menunjukkan bahwa variabel Fasilitas (X1) mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Fasilitas (X1) maka akan mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,380 jika variabel lain bernilai 0
3. Nilai koefisien regresi variabel Lokasi (X2) sebesar 0,072 yang menunjukkan bahwa variabel Lokasi (X2) mempunyai pengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel Lokasi (X2) maka akan mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 0,072 jika variabel lain bernilai 0.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Fasilitas (X1)	7,940	1,661	0,000	Berpengaruh signifikan
Lokasi (X2)	2,643	1,661	0,000	Berpengaruh signifikan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai sig. dari variabel Fasilitas (X1) sebesar 0,000 dimana $< 0,05$, dan nilai t hitung (7,940) $>$ nilai t tabel (1,661), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y)
2. Nilai sig. dari variabel Lokasi (X2) sebesar 0,000 dimana $< 0,05$, dan nilai t hitung (2,643) $>$ nilai t tabel (1,661), maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Lokasi (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 9 Hasil Uji Simultan (Uji F)

Variabel	F hitung	F tabel	Sig	Keterangan
Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2)	32,022	3,090	0,000	Berpengaruh simultan

Dapat diketahui bahwa nilai sig dari variabel Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2) sebesar 0,000 dimana $< 0,05$ dan nilai F hitung (32,022) $>$ F -tabel (3,090), maka H_0 ditolak dan H_3 diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 10 Koefisien Determinasi (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square
0,631	0,398	0,385

Dapat diketahui bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0,398 atau 39,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh variabel Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 39,8% dan sisanya 60,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel fasilitas dan lokasi terhadap tingkat kepuasan konsumen di Tell Kopi Kediri. Berikut analisis dan pembahasan lebih detailnya:

Pengaruh Parsial Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai signifikansi (sig) 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kelengkapan dan kualitas fasilitas di Tell Kopi Kediri dengan tingkat kepuasan konsumen. Nilai t hitung (7,940) yang lebih besar dari nilai t tabel (1,661) memperkuat kesimpulan ini, ² menunjukkan bahwa pengaruh variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen tergolong kuat. Beberapa kemungkinan alasan yang mendasari pengaruh positif fasilitas terhadap kepuasan konsumen antara lain:

1. Kenyamanan: Fasilitas yang lengkap dan memadai seperti tempat duduk yang nyaman, pencahayaan yang baik, dan suhu ruangan yang sejuk dapat memberikan rasa nyaman bagi konsumen saat berada di Tell Kopi Kediri.
2. Kemudahan: Fasilitas seperti akses internet yang stabil, stopkontak yang mudah dijangkau, dan toilet yang bersih dapat memudahkan konsumen dalam beraktivitas selama di Tell Kopi Kediri.
3. Keindahan: Desain interior yang menarik dan dekorasi yang apik dapat memberikan pengalaman estetis yang menyenangkan bagi konsumen, meningkatkan kepuasan mereka secara keseluruhan.

Pengaruh Parsial Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen

Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel lokasi (X2) secara parsial juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung (2,643) yang lebih besar dari nilai t tabel (1,661). Hal ini

menunjukkan bahwa lokasi Tell Kopi Kediri yang strategis dan mudah diakses memberikan kontribusi positif terhadap kepuasan konsumen. Beberapa kemungkinan alasan yang mendasari pengaruh positif lokasi terhadap kepuasan konsumen antara lain:

1. Keterjangkauan: Lokasi Tell Kopi Kediri yang mudah dijangkau, baik dengan kendaraan pribadi maupun transportasi umum, dapat memudahkan konsumen untuk berkunjung.
2. Kemudahan Akses: Keberadaan Tell Kopi Kediri di area yang ramai dan mudah diakses oleh konsumen potensial dapat meningkatkan peluang konsumen untuk mengetahui dan mengunjungi kedai kopi tersebut.
3. Keamanan dan Kenyamanan: Lokasi Tell Kopi Kediri di lingkungan yang aman dan nyaman dapat membuat konsumen merasa tenang dan fokus menikmati kopi mereka.

2 **Pengaruh Simultan Fasilitas dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen**

Analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel fasilitas (X1) dan lokasi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung (32,022) yang lebih besar dari F tabel (3,090). Hal ini menunjukkan bahwa kombinasi fasilitas yang lengkap dan lokasi yang strategis memberikan pengaruh yang kuat dan positif terhadap tingkat kepuasan konsumen Tell Kopi Kediri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Fasilitas dan Lokasi terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Coffe Shop pada Tell Kopi Kediri, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel Fasilitas (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Coffe Shop pada Tell Kopi Kediri dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $(7,940) > \text{nilai } t \text{ tabel } (1,661)$
2. Variabel Lokasi (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Coffe Shop pada Tell Kopi Kediri dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $(2,643) > \text{nilai } t \text{ tabel } (1,661)$
3. Variabel Fasilitas (X1) dan Lokasi (X2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Coffe Shop pada Tell Kopi Kediri dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $(32,022) > F \text{ tabel } (3,090)$

Penelitian ini menunjukkan bahwa Tell Kopi Kediri perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas fasilitas dan memperhatikan kemudahan akses lokasi untuk terus meningkatkan kepuasan konsumen. Upaya seperti menyediakan tempat duduk yang lebih nyaman, meningkatkan kualitas koneksi internet, dan menjaga kebersihan toilet dapat membantu meningkatkan kepuasan konsumen terkait fasilitas. Selain itu, Tell Kopi Kediri dapat mempertimbangkan untuk membuka cabang di lokasi lain yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen potensial.

DAFTAR REFERENSI

- Fandi, Tjiptono. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Irawan. (2007). *Pengaruh Lokasidan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen pada Qalbu Salim (Qs) Futsal Medan*.
- Kotler, Philip dan Keller. K.L.(2009). Alih Bahasa : Benyamin Molan. *Manajemen Pemasaran. Edisi Ketigabelas. Jilid 1*. Cetakan Keempat. PT. Indeks. Jakarta
- Peter, et al. (2014). *Perilaku konsumen dan Strategi pemasaran. Buku 2. Edisi 9*. Salemba empat. Jakarta
- Suryosubroto. (2010). “*Manajemen Pendidikan Di Sekolah*”. Jakarta:Rineka Cipta
- Swastha. B dan Irawan. (2003). “*Manajemen Pemasaran Modern*”. (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Tjiptono. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, Ph.D dan Gregorius Chandra.(2016). *Service, Quality & Satisfaction edisi 3*,Yogyakarta: Andi.
- Wandy Zulkarnaen, D. (2018). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* Page 151. 2(3)

Agil

ORIGINALITY REPORT

21 %

SIMILARITY INDEX

21 %

INTERNET SOURCES

11 %

PUBLICATIONS

16 %

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	journal.unimar-amni.ac.id Internet Source	7 %
2	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	3 %
3	journal.stiepertiba.ac.id Internet Source	2 %
4	bajangjournal.com Internet Source	2 %
5	repository.umsu.ac.id Internet Source	2 %
6	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	2 %
7	journal.unimas.ac.id Internet Source	2 %
8	repository.uinbanten.ac.id Internet Source	2 %

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On

Agil

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12
